

学校编码: 10384
学号: 31920081153104

分类号_____密级_____
UDC_____

厦 门 大 学

硕 士 学 位 论 文

中国餐饮业的创意产业化研究

Research on the Creative Industrialization of Catering
Industry in China

章 颖

指导教师姓名: 朱健强 副教授

专 业 名 称: 传 播 学

论文提交日期: 2011 年 4 月

论文答辩时间: 2011 年 6 月

学位授予日期: 2011 年 6 月

答辩委员会主席:

评阅人:

2011 年 6 月

厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为()课题(组)的研究成果,获得()课题(组)经费或实验室的资助,在()实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名):

年 月 日

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

（ ） 1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。

（ ） 2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年 月 日

摘 要

餐饮业是第三产业的重要组成部分，对国民经济的发展和人民生活水平的提高起着重要的推动作用。随着社会经济的发展，人们更加注重餐饮消费的文化内涵和创意特色，特色餐饮、创意餐饮已经成为餐饮业新的消费品种。有部分学者和媒体呼吁应当将餐饮业纳入文化创意产业，但是目前缺乏相关的系统研究。本文试图从创意产业的视角来研究餐饮业的创意产业化发展。

文化是创意的平台与资源。本文通过系统考察饮食文化在餐饮业和文化创意产业中的使用现状，以文化经济学、创意经济学和产业融合等理论为基础，结合我国创意产业和餐饮业的现实需要，分析餐饮业创意产业化的可能性、必要性以及餐饮业创意产业化的主要障碍。

本文进一步提出我国餐饮业创意产业化发展模式。餐饮业创意产业化发展模式以中国的文化，特别是饮食文化为创意资源，以消费者需求和来自政府、行业协会、投资者、企业的推动为动力。餐饮业创意产业化发展路径包括政府的推动和政策支持；政府、行业协会、投资者合作建立餐饮创意资源交易平台、餐饮创意研发公司、餐饮创意产业园等发展平台；企业自身的研发和创新。餐饮业创意产业化发展模式还开创了餐饮业创意产业化的产品分类，包括核心产品和外延产品。此外还简要介绍了餐饮业创意产业化的营销策略。

关键词：文化创意产业 餐饮业 饮食文化

Abstracts

Catering industry is one of the important parts of the tertiary industry. The improvements of catering industry promoted the economy and raised the standard of living, which required more cultural connotation of the food consumption. The creative catering was a new kind of catering which some scholars and media practitioners thought it should be concluded into creative industries. But little paper has researched this topic yet.

Cultural is the key point of the creative industries. This paper inspected the current situation and problems of the food cultural in catering industry and creative industries. Based on the cultural economics, creative economics, the knowledge of industry convergence and the need of reality, this paper tried to analyze the possibility, necessity and difficulties of creative industrialization of catering industry in China.

A model was developed based on some research achievements. This model consisted two parts. The first part was the path of the catering creative industrialization, which contented the need of consumers, government, catering association and investors; this paper also suggested setting up catering creative resources transaction platform, catering creative research company and Catering Creative Park. The second part was the research of the products of catering creative industry and marketing strategies.

Key Words: Cultural & Creative Industries; Catering Industry; food culture

目 录

1	绪 言	1
1.1	选题背景	1
1.2	研究的主要内容、创新点及研究意义	2
1.3	研究思路、研究方法	4
2	文献综述	7
2.1	餐饮业的相关研究	7
2.2	饮食文化的相关研究	9
2.3	文化创意产业的相关研究	11
2.4	文献综述小结	15
3	饮食文化在餐饮业和创意产业中的运用情况	17
3.1	饮食文化在餐饮业中的运用情况	17
3.2	饮食文化在创意产业中的运用情况	22
4	餐饮业创意产业化发展模式构想	27
4.1	餐饮业创意产业化的必要性和可行性分析	27
4.2	餐饮业创意产业化的主要障碍梳理	35
4.3	中国餐饮业创意产业化发展模式	38
5	餐饮业创意产业化发展路径分析	41
5.1	宏观层面——观念先行，政策推动	41
5.2	中观层面——布局谋块，互补合作	43
5.3	微观层面——明确定位，修炼内功	46
6	餐饮业创意产业化的产品开发和营销策略	49
6.1	餐饮业创意产业化的产品开发	49
6.2	餐饮业创意产业化的营销策略	59
7	结论与展望	67
7.1	结论	67
7.2	展望	68
	参考文献	69
	致 谢	76

Content

1 Introduction.....	1
1.1 Research Background.....	1
1.2 Main Contents, Significance and Innovation	2
1.3 Paper Structure and Research Method	4
2 Literature Review	7
2.1 Literature Review of Catering Industry Research	7
2.2 Literature Review of Food Culture Research	9
2.3 Literature Review of Creative Industries Research	11
2.4 Summary.....	15
3 Food Culture Applications in Catering and Creative Industries....	17
3.1 Food Culture Applications in Catering Industry.....	17
3.2 Food Culture Applications in Creative Industries.....	22
4 Model of Catering Industry's Creative Industrialization.....	27
4.1 Necessity and Feasibility	27
4.2 Problems of Catering Industry's Creative Industrialization.....	35
4.3 Model of Catering Industry's Creative Industrialization	38
5 Path of Catering Industry's Creative Industrialization.....	41
5.1 Macro Level.....	41
5.2 Medium Level.....	43
5.3 Micro Level.....	46
6 Products Development and Marketing Strategies of Catering Industry's Creative Industrialization	49
6.1 Products Development.....	49
6.2 Marketing Strategies	59
7 Conclusions and Expectation.....	67
7.1 Conclusions.....	67
7.2 Expectation	68
Reference	69
Acknowledgement.....	76

1 绪 言

1.1 选题背景

2008 年，虽然发生了全球经济危机，但中国餐饮业的发展态势依旧良好，全年零售额达到 1.5 万亿元，增长率为 16%，比 2007 年同期增幅高出 5.3 个百分点。^[1, 2] 2009 年全国餐饮业零售额接近 1.8 万亿元，占社会消费品零售总额的七分之一。^[3] 由此可见餐饮业是第三产业的重要组成部分，餐饮业的发展对国民经济的发展起着重要的推动作用，是拉动经济增长、促进消费和增加就业的重要力量，更是提高人民生活质量的保证。

随着社会经济的发展，消费者对于餐饮的要求日渐提高。现代消费者对餐饮产品的色、香、味提出了更高的要求，更加倾向于选择绿色有机的餐饮产品，对于是否能从餐饮中获得更多的文化享受，也是消费者选择餐饮产品的考量之一。同时美食作为一种非常好的交流沟通、拉近情感的工具，被广泛运用于上至各国领导人的跨国访问，下至平民百姓的休闲旅游中。因此，对饮食文化的挖掘和传播，不仅能满足消费者的需求，也是创意经济下增强餐饮企业竞争力的要求，更是文化传播的应有之义。

中国独特的饮食文化是中国源远流长的璀璨文化中的一朵奇葩，中国拥有极具地域特色的菜系菜谱、饮食习惯、习俗典故，这些饮食文化资源就像一座亟待挖掘的金矿。但目前中国饮食文化的开发仍然做得不够，饮食文化的传播载体有限，传播方式单一。随着知识经济的到来，文化和创意成为最先进的生产力。文化创意产业作为近年来随着知识经济的发展而兴起的新型产业形态，其对文化和创意的产业化开发方式，为我们弘扬中国的饮食文化，促进中国餐饮业的发展提供了新的思路。

早在 2006 年，冯子标就提出了“餐饮业传统上属于第三产业，并不属于文化产业。……文化对餐饮业的影响越来越强……因此，我们将餐饮业定位为文化提升产业。”^[4]，这是对文化创意产业与餐饮业相互作用的一次思考。2007 年 7 月 5 日，在上海餐饮行业协会与上海市服务经济研究会联合召开的主题时尚特色餐饮经营研讨会上，陈祝平提出了“主题餐饮、

时尚餐饮、特色餐饮也是创意产业。”^[5] 2010 年 1 月 19 日,《北京商报》的一篇文章提出了这样的疑问:“餐饮能不能算做文化创意产业?这个问题还没有权威的最终结论。虽然目前在北京文化创意产业的大家族中还没有餐饮业的份儿,……,是不是到了应该重新界定餐饮与文化创意之间关系的时候了?”。^[6] 鲍尔(Dominic Power)也在其对文化产业的分类中将餐馆业和酒吧列入文化产业^[7],但在绝大部分国家的文化创意产业分类中并未有餐饮业的一席之地。

少数学者和媒体从业者提出了重新界定餐饮业与文化创意产业关系的问题,但目前还没有以餐饮业创意产业化为主要内容的研究。本研究就是在此背景之下,通过文化创意产业的视角,探讨中国餐饮业创意产业化的可行性、必要性和发展模式。

1.2 研究的主要内容、创新点及研究意义

1.2.1 研究的主要内容及创新点

餐饮业与文化创意产业,这两个看似不相关的产业,能否相互借鉴,为各自产业的发展产生助益,甚至能否推动餐饮业创意产业化,为餐饮业突破自身局限寻找切入点,最终形成创意餐饮业,为文化创意产业增加新项目?

本研究的创新点在于将餐饮业这一传统行业引入文化创意产业视角,系统地论证了餐饮业创意产业化的必要性与可行性,并提出餐饮业创意产业化发展模式,这对于餐饮业和文化创意产业的研究都是一种新的思路。

在餐饮业创意产业化发展模式中,笔者在前人研究的基础之上,构想了中国餐饮业创意产业化发展模式,特别是提出了建立餐饮创意资源交易平台、餐饮创意研发公司、餐饮创意产业园等发展平台,开创了餐饮业创意产业化的核心产品和外延产品的产品分类,这都是借鉴文化创意产业的研究成果对餐饮业创意产业化发展进行的创新研究。

1.2.2 研究的意义

理查德·佛罗里达的著作《创意经济》中译本封底有一段话：“在创意经济的土地上，世界已经在收成，中国刚刚播种。创意立国，中国不能输。”^[8]对于中国，文化创意产业的兴起既是机遇也是挑战。中国经济结构的转型需要发展文化创意产业，中国经济的可持续发展也需要发展文化创意产业。

目前，国内对于文化创意产业的研究，仍然处于起步阶段。研究主要集中在对国外创意产业论著和经验的引进、对创意产业内涵和理论的探讨、对区域性的文化创意产业现状和地方政府文化创意产业政策的归纳和总结。对文化创意产业项目的研究，主要集中在国际公认且热门的文化创意产业项目，如游戏、动漫、电影、旅游等等，缺乏有中国特色的创意产业项目。

我国文化博大精深，优秀的传统文化亟待发掘与传播。中国的饮食文化作为中国文化的一个重要分支，蕴含着丰富而独特的文化资源。但中国的饮食文化目前缺少综合、高效、立体的传播载体。餐饮业对饮食文化的使用创新程度不高，更缺乏将这种创新进行品牌化并高效传播的能力。虽然文化创意产业也开始使用中国的饮食文化元素，但资源的整合性不高，无法形成协同效应。

因此，对中国餐饮业的创意产业化研究就显得非常有意义。文化创意产业是高效且富有生命力的文化传播载体，同时也能够产生高额的经济价值。餐饮业是传统的饮食文化传播载体，也是第三产业的重要组成部分，与人民的生活息息相关。因此，如果能够借助传播饮食文化的这两个新旧载体，将之进行联结，使中国的餐饮业创意产业化发展，或许能为中国的餐饮业和文化创意产业的发展开辟一条新的路子，使中国的饮食文化能够更好地传播，餐饮业能有更好地发展，文化创意产业能够更好地展示中国特色。

1.3 研究思路、研究方法

1.3.1 研究思路

本文按照提出问题、分析问题、解决问题的思路，构建了论文的结构体系。全文共分为七章，三大部分。

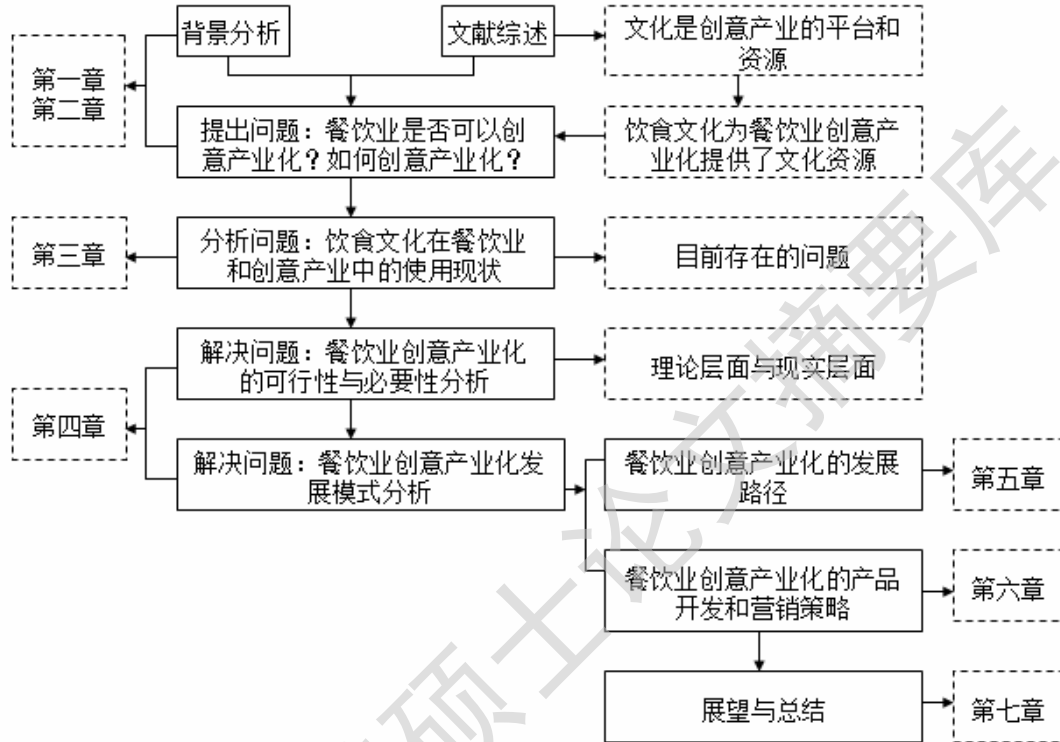
第一部分由一、二两章构成。第一章在餐饮业和文化创意产业发展的背景之下，阐明研究的内容、意义、思路、方法与创新点。在第二章对目前餐饮业、饮食文化、文化创意产业的相关文献进行综述，分析当前餐饮业、文化创意产业和饮食文化研究的局限性，在此基础上提出餐饮业是否可以创意产业化，如何创意产业化的研究问题。

第二部由第三章构成。在第三章中，抓住饮食文化这一将餐饮业和文化创意产业联结的关键点，分析目前饮食文化在餐饮业和文化创意产业中的使用现状，揭示当前存在的问题，为解决问题提供进一步的思路。

第三部分是本文的重点，由四、五、六、七章构成。通过第二部分的分析，在第四章进一步论证餐饮业创意产业化的必要性和可行性，总结餐饮业创意产业化存在的主要障碍，并构想餐饮业创意产业化发展模式。第五章开始具体介绍餐饮业创意产业化发展模式中的重要环节，即餐饮业创意产业化发展路径，包括宏观、中观和微观三个层面。餐饮业创意产业化发展路径包括政府的推动和政策支持；政府、行业协会、投资者合作建立餐饮创意资源交易平台、餐饮创意研发公司、餐饮创意产业园等发展平台；企业自身的研发和创新。第六章通过分析饮食文化及餐饮业的特点，提出餐饮业创意产业化的产品分类和产品开发策略，思考如何使这种产品既符合文化创意产业的特点，同时能够促使餐饮业的发展，并被餐饮业所生产和销售。此外还探讨了餐饮业创意产业化的营销策略，使创意餐饮业与一般的餐饮业相区别。第七章总结了全文的观点，阐明本研究的不足之处，并对餐饮业的发展进行了展望。

本文的逻辑框架图如图 1-1 所示：

图 1-1 论文框架图



1.3.2 研究方法

本文的研究方法主要采用文献研究法。因为本文研究的是一个相对宏观的问题，但因时间、经费、人力的关系，笔者无法在全国范围进行调研，从而获得一手资料。因此通过分析已有的文献、网络上查询的资料和一些统计数据归纳，通过已有的理论结合现实状况进行演绎，是研究这个问题相对基础且可靠的研究方法。文献的来源主要有相关的论著和研究成果、企业的官方网站、媒体的新闻报道、笔者的实地考察。笔者尽量通过多种渠道对相关的例证进行多方考察和验证，以保证资料的真实可靠。

本文通过阅读与餐饮业、饮食文化、文化创意产业相关的统计数据、专业论著、新闻素材、企业报告等文献资料，总结归纳已有的饮食文化运用状况，以创意经济理论、文化经济理论、创意产业理论、产业融合理论、品牌理论、市场营销理论等为基础，结合实际情况论证餐饮业创意产

业化的可行性与必要性。并在前人的研究基础之上，提出了中国餐饮业创意产业化发展模式。

厦门大学博硕士论文摘要库

2 文献综述

2.1 餐饮业的相关研究

根据国家统计局的定义，餐饮业是指“专门从事食品烹饪、调制并直接出售给居民饮食的各种经济类型的法人企业、产业活动单位和个体。”^[9]餐饮业的业态分类主要依据餐饮业的位置空间、目标顾客、产品结构、店堂设施、经营方式、服务功能、技术条件来确定。中国烹饪协会制定的《餐饮业态分类标准》（讨论稿）将我国餐饮业划分为“家常餐馆、酒楼饭庄、宾馆餐饮、快餐、火锅、西餐厅、主题餐厅、休闲餐厅、茶餐厅、食堂等在内的 15 种业态”。^[10]

在Google学术以“Restaurant”，“Catering Industry”为关键词搜索文献，发现国外的餐饮业研究很多是与旅馆业联系在一起，并称为Hotel and Catering Industry。在经济管理领域，餐饮业的相关研究有对具体某国餐饮业的介绍^[11]，餐饮业的定价研究^[12]、餐馆的选址^[13]、餐饮企业的人力资源管理^[14]、连锁餐饮企业^[15]、餐饮企业的市场细分^[16]等等。此外，还有对餐饮企业的一些更为细节的研究，如研究餐馆背景音乐对顾客行为的影响^[17]，餐饮业消费者忠诚度的研究^[18]等等。但并未发现与餐饮业的创意产业化相关的研究。

国内对餐饮业的研究文献非常丰富。书籍类的文献主要集中在餐饮业的管理方面，期刊类和学位论文的研究主要集中于以下三大类。

第一类是在宏观上对餐饮业的总体发展现状和趋势的研究，如每年出版的《中国餐饮产业发展报告》都会对中国前一年度的餐饮业发展状况进行报告，相关的杂志也会有诸如《2010 年中国餐饮业研究报告》^[2]之类的总结性文章。此外，还有从经济学、管理学角度来研究餐饮业的论文，如从产业经济学角度研究中国餐饮业的竞争力^[19]。

第二大类是在中观上对民族性和区域性的餐饮业发展研究，如关于新疆民族餐饮的发展，关于安徽省餐饮发展战略的研究等等。^[20, 21]中国的餐

饮市场广阔，不同的地理区域和民族，餐饮业的发展也有自身的趋势与特色。此类文献集中介绍当地的餐饮发展状况。

第三大类是在微观上对餐饮企业进行个案研究。如针对中国的老字号餐饮企业的研究，研究的视角主要有企业文化视角^[22]、体验营销视角^[23]、品牌建设视角^[24,25,26]等等。也有对我国发展得比较好的现代知名餐饮品牌的研究，如对小肥羊的品牌战略方面的研究。^[27]

对餐饮企业的连锁经营研究在其中也占了重要的比重。“连锁经营是当前餐饮业发展的一个趋势”^[28]，是餐饮企业做大做强，开展集约化经营的一种有效方式。因此，对连锁餐饮企业的研究相对比较多。较多的研究方法是对具体连锁餐饮进行经验总结与分析，如对马兰拉面^[29]、真功夫^[30]之类的中式餐饮连锁企业的研究。

此外，还有餐饮产品的设计，如从古代餐饮游戏文化出发研究餐饮游戏的开发设计^[31]，从体验理论出发研究餐饮产品的创新设计^[32]，对餐饮的空间进行主题设计^[33]。以及对餐饮创业的研究、对餐饮业的人力资源管理、餐饮行业的卫生安全的研究等等，这里就不一一列举。

通过对餐饮相关的文献进行梳理，除了《大趋势：文化产业解构传统产业》第五章《山西省发展文化产业促进产业结构调整模式》中不到 1000 字的关于文化产业对餐饮业的提升作用的论述^{[4]105}，笔者没有发现有相关的文献从创意产业视角来研究餐饮业。在《大趋势：文化产业解构传统产业》中，作者认为“文化对餐饮业的影响越来越强，文化品味逐步成为餐饮业核心竞争力的重要组成部分。……大力发展以晋文化为特色的山西餐饮业，对促进山西第三产业的发展具有重要意义。”提出了山西餐饮业的“晋文化——演艺业、旅游业——特色菜肴和服务——集团化模式”。^{[4]105}作者没有直接提出将餐饮业发展成为文化创意产业，但已经开始尝试利用文化创意产业来提升餐饮业的发展。

虽然没有相关文献直接研究文化创意产业与餐饮业的关系问题，但有一些论文研究了餐饮业的一些比较前沿的问题，可以对餐饮业的创意产业化发展提供参考。如在产品设计上，有论文以体验的视角研究了餐饮产品的创新设计^[31]，有论文通过食品采购、烹饪方法、食品结构与菜品服务这几个环节研究了绿色餐饮的问题^[34]。在产品服务上，研究者在服务流程的

设计、高新技术的运用、娱乐和文化经营的配套、服务形式和渠道的创新、服务创新的保障机制等方面探讨了餐饮业服务创新的方法。^[35,36]在网络对餐饮业的影响上,如《餐饮企业的数字化生存》^[37]、《餐饮业网络营销模式创新研究调查报告》^[38]等论文,考察了餐饮企业的网站设计、网络营销方式、增值服务等内容,认为餐饮业与互联网的结合是一种必然,未来的餐饮行业将以整体品牌的方式,涉及到网上订餐、电子商务交易、物流配送、人力资源管理等等内容。

2.2 饮食文化的相关研究

饮食文化是指“食物原料开发利用,食品制作和饮食消费过程中的技术、科学、艺术,以及以饮食为基础的习俗、传统、思想和哲学,即由人们饮食生产和生活的方式、过程、功能等结构组合而成的全部食事的总和。”^[39]中华民族自古以来,对于饮食有着十分丰富的研究。从食材的选用和搭配、烹饪手法、火候到使用的餐饮器具和各种饮食习俗,都有诸多讲究。有研究者按饮食文化的表现方式把饮食文化分为三个层次,即“物质层次、行为层次和精神层次”。^[40]物质层次,包括饮食结构和饮食器具;行为层次,包括烹饪技法、饮食方法、饮食程序等;精神层次,包括饮食观念、饮食习俗等。

明确指出中国的饮食文化为“文化”的,是孙中山先生,他在《建国方略》、《三民主义》等文献中,从中西文化比较的角度,对中国饮食文化作了论述。^{[39]6}此外,林语堂在留美期间也撰写了一些介绍中国饮食文化的文章。^{[39]7}1940年到1970年间,日本学者对中国的饮食文化作了很多研究,对中国的饮食文化作了整理。^{[39]10}

80年代以来,关于中国的饮食文化的著作颇丰。饮食文化研究的领域主要集中在历史学科,特别是挖掘和整理历史某一时期、某一地域或某一民族的饮食文化。饮食文化的发掘,主要是通过古籍文献的梳理,总结某一历史时期中国或者中国某一区域的饮食文化状况。如《赵国的饮食习俗》^[41]研究,《北宋城市的饮食新变化》^[42]的研究。还有研究者研究近代

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库